

هدف محسوب می‌شوند و تصمیمات محافل و مجامع بین‌المللی، صادرات نفت ایران همیشه در معرض خطر و تهدید به قطع است و در این بین تنها منبع تامین ارز، صادرات نفتی است.

در طول پنج سال برنامه اول توسعه اقتصادی و اجتماعی ایران (۱۳۷۲-۱۳۶۸)، صادرات غیرنفتی ایران در حدود ۶۶ درصد از حجم بیش‌بینی شده را پوشش داد و به ۱۱/۷ - میلیارد دلار رسید.

یک بررسی دیگر نشان می‌دهد در فاصله سالهای ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۰ جمع کل صادرات غیرنفتی حدود ۸/۱ میلیارد دلار بوده که در برابر آن ۸۶/۵ میلیارد دلار کالا به کشور وارد شده است یعنی در برابر هر یک دلار صادرات غیرنفتی، ۹/۳ دلار واردات داشته‌ایم.

در این شرایط و برای کم کردن فاصله صادرات از واردات باید به کیفیت اندیشید. کیفیت در صدر عوامل موثر در فروش کالاهای صادراتی است. کالایی در بازارهای جهانی می‌تواند با رقبای خود هم‌اوردی نماید که از نظر کیفیت و قیمت در حدود قابل قبول بازار باشد.

کیفیت، مجموعه‌ای از صفات و ویژگی‌های مورد انتظار مصرف‌کننده است که اگر در کالایی موجود باشد باعث تامین رضایت او و مالاً تحقق اهداف فروش است.

یکی از ویژگی‌های مورد انتظار مصرف‌کننده، بسته‌بندی صحیح و علمی است که علاوه بر حفاظت کالا در برابر عوامل خارجی مانند ضربه و فشار باید بتواند ارتباط لازم از نظر تجاری و عاطفی را بین تولیدکننده و مصرف‌کننده برقرار نماید. همچنین تبعیت کالا از ضوابط و استانداردهای بین‌المللی نیز از انگیزه‌های موثر خریدار در خرید و مداوم رابطه تجاری با موسسه یا کشور تولیدکننده آن کالا است.

کلیات:

بسته‌بندی به معنی تهیه ظرف، پوشش یا هرگونه محافظی است که سلامت و امنیت کالا را در فاصله تولید تا مصرف یعنی در طیف مراحل بازاریابی کالا حفظ یا تامین نماید. این تعریف، یک تعریف کلاسیک ولی اصولی و اساسی است زیرا فقط به پوشش حفاظتی کالا اشاره داشته و نقش ارتباطی آن را نادیده گرفته است به همین علت در تعاریف جدید به دو وظیفه حفاظتی و ارتباطی بسته اشاره می‌شود.

بسته‌بندی، مانند لباس یک کالا و به مثابه چهره آن و عامل ایجاد انگیزه در خریدار و پیام‌رسان است و بسته‌بندی در حکم یک حلقه ارتباطی بین تولیدکننده و مصرف‌کننده است زیرا به کمک بسته می‌توان اطلاعات لازم در مورد کیفیت، قیمت، نحوه استعمال، روش‌های نگهداری و اطلاعات ایمنی و بهداشتی را به مصرف‌کننده رساند.

اهمیت بسته‌بندی در مورد کالاهای کشاورزی تا آنجاست که در صورت حذف آن در حدود نیمی از تولیدات کشاورزی و غذایی نه تنها نمی‌تواند به دست مصرف‌کننده برسد، بلکه در صورت رسیدن به دست مصرف‌کننده نیز کیفیت خود را از دست خواهد داد.

نگاهی به صنایع تبدیلی کشاورزی و تولیدات و فرآورده‌های غذایی نشان می‌دهد در صورت بسته‌بندی صحیح و محافظت از کالا به کمک بسته‌بندی می‌توان کالاهای بیشتری را در مدت بیشتر و با شرایط بهتر به بازار عرضه نمود.

سهم هزینه‌های بسته‌بندی در ارزش تولیدات هر جامعه یا هر بنگاه نشان دهنده اهمیت بسته‌بندی در آن صنعت یا در آن جامعه است. همچنین هزینه‌های بسته‌بندی مواد غذایی معمولاً بیشترین سهم را در کل هزینه‌های بسته‌بندی یک جامعه دارد، و از همین جا است که اهمیت



گفتاری در مورد:

استاندارد و بسته‌بندی

مرکبات

از: محمد بلوریان تهرانی

مقدمه:

براساس محاسبات انجام شده، اقتصاد جمهوری اسلامی ایران با وجود استعدادهای بالقوه کشاورزی، غنای معادن، نیروی انسانی جوان و آماده جذب و بالاخره شرایط آب و هوایی مناسب تا حد ۸۵ درصد وابسته به صدور نفت است.

از جانب دیگر، با وجود تحریم‌های سیاسی و اقتصادی، اعمال سیاست‌های حمایتی به نفع کشورهایی که از نظر صادرات ایران، کشور

صنایع تبدیلی کشاورزی در رشد صنایع بسته بندی آشکار می شود. بد نیست بدانید برابر ارقام مربوط به تولیدات سال ۱۹۸۷ وزن کل تولیدات صنعتی و کشاورزی در کشور ژاپن در حدود ۳۰۰ میلیون تن و در ایران در حدود ۴۵ میلیون تن بوده یعنی تولیدات ژاپن ۶/۶ برابر بیشتر از ایران بوده است که این رقم در مقایسه با وزن تولیدات و ملزومات بسته بندی در این دو کشور معنی پیدا می کند.

در سال ۱۹۸۷، وزن کل تولیدات و ملزومات بسته بندی از قبیل ظرفهای پلاستیکی، نوار چسب، جعبه، صندوق، کارت، پاکت، کاغذهای چندلای ضد آب، حلب، ورق، شیشه، بطری، کیسه، تسمه، سوزن دوخت، چسب مایع و... در ایران ۷۵۰ هزار تن بوده و رقم متناظر آن در ژاپن در حدود ۱۹ میلیون تن بوده است، یعنی تولید ملزومات بسته بندی مصرف شده در ژاپن ۲۵ برابر ایران بوده در حالیکه تولیدات اصلی کمتر از ۷ برابر بوده و بدین ترتیب مشخص می گردد در ژاپن کالاهای بسته بندی شده چهار برابر بیشتر از ایران بوده است. در همین مقایسه، اگر تولید ملزومات بسته بندی مواد غذایی را مورد مطالعه قرار دهیم، رقم ۵۵۰ هزار تن در مورد ایران و ۵ میلیون تن برای ژاپن بدست می آید، یعنی در حدود ۷۳ درصد از تولید ملزومات بسته بندی در ایران به مصرف مواد و صنایع غذایی می رسد. و متشابهاً رقم متناظر برای سهم تولیدات لوازم بسته بندی در صنایع غذایی در ژاپن نسبت به کل ۲۶ درصد محاسبه می شود ولی این رقم بدان معنی نیست که در ژاپن تولیدات کمتری برای بسته بندی مواد غذایی به کار گرفته می شود بلکه موید آن است که کل تولیدات ملزومات بسته بندی (مخرج کسر) بسیار بزرگتر است.

بسته بندی محصولات کشاورزی و مرکبات نقش مهمی در افزایش ارزش افزوده در این صنعت دارد، اقلامی مانند میوه ها و خشکبار در صورت انجام عملیاتی مانند سورتینگ (Sorting)، شستشو، گندزدایی، تغیر رنگ، تغیر بو، انجماد و بسته بندی می تواند تا حدود صد درصد

بهای ماده خام افزایش ارزش یابد. همچنین بسیاری از میوه ها در صورت تبدیل به کنسرو، مارملاد، کمپوت، نکتار و بسته بندی، بیش از صد درصد افزایش ارزش خواهند یافت و بدیهی است برای جامعه ای که صادرات در آن نقش حیاتی دارد، افزایش ارزش افزوده کالاهای صادراتی تا چه میزان در تحصیل ارز موثر است.

مرکبات ایران

مرکبات از میوه هایی است که به خاطر عدم تناسب شرایط آب و هوایی ایران و راندمان پایین به سختی می تواند موقعیت موفقی از نظر بازرگانی بدست آورد. سابقه غرس مرکبات در ایران به حدود هفتاد سال پیش برمی گردد ولی متأسفانه پس از هفتاد سال این گروه از محصولات باغی هنوز با راندمان متوسط ۱۴ تن در هکتار در سطح کشور و قیمت نسبتاً گران نتوانسته است بعنوان میوه ای که با هر درآمدی قابل اتباع باشد شناخته شود.

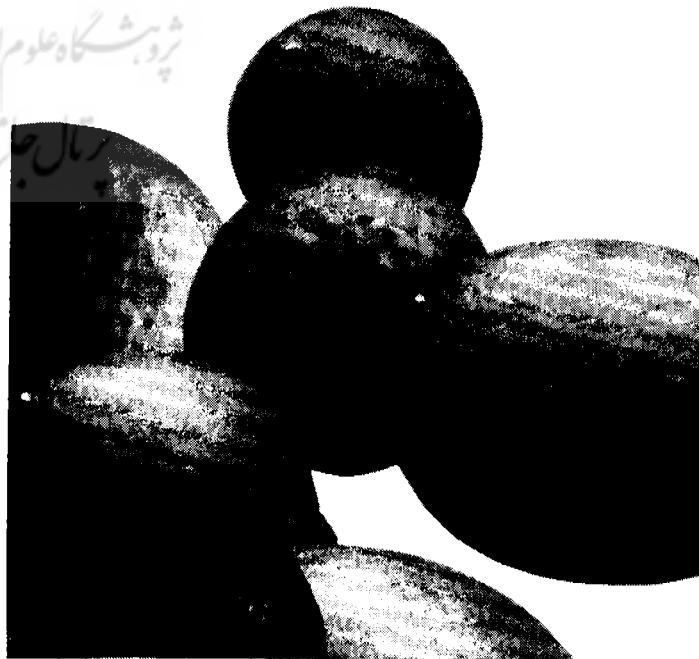
ارقام جدول ۱ نشان دهنده مصرف سرانه حدود ۵۰ کیلوگرم انواع مرکبات اعم از پرتقال، نارنگی، نارنج، لیمو ترش، لیمو شیرین و گریپ فروت است که به دلیل فقدان آمار تفکیکی و مشخص نبودن سهم مصارف صنعتی از مصارف خانگی نمی توان به این رقم اعتماد کرد و شاید بتوان با رقم سرانه ۲۵ کیلوگرم در سال یا تقریباً ۲ کیلوگرم برای هر نفر در ماه موافقت نمود.

با این که در شمال کشور اقتصاد مناطقی مانند تنکابن، نوشهر، و رامسر شدیداً وابسته به مرکبات است ولی کثرت باغات کوچک ۲،۱ یا ۳ هکتاری، فقدان مکانیزاسیون، بسته بندی غلط و غیر بهداشتی، فقدان عملیات آماده سازی و... چشم انداز امید بخشی را بوجود نمی آورد.

از جانب دیگر صنایع تبدیلی مرکبات مانند صنایع تولید آب میوه، نکتار و کستانتاره بسیار محدود هستند و ذائقه ایرانی نیز با مواد افزودنی و شیمیایی سازگار نیست.

اطلاعات	استانها	گیلان	مازندران	کل کشور
سطح زیر کشت (هکتار)		۶۵۰۰	۸۰۵۰۰	۲۱۴۱۰۰
برداشت مرکبات (تن)		۹۹۳۹	۱۶۴۲۷۴	۳۰۷۱۰۰۰
راندمان تن/هکتار		۱۵	۲۲/۵۰	۱۴

منبع: آمار نامه های کشاورزی سالهای مختلف (آخرین: ۱۳۷۱)



از نظر صادرات، لیمو شیرین ایران به دوبی، کویت و آلمان راه یافته، نارنگی به دوبی، ترکیه و شوروی سابق صادر شده و پرتقال نیز به دوبی، امارات، افغانستان، کویت، رومانی و شوروی سابق صادر گردیده است. ولی ارزش صادرات مرکبات ایران ناچیز و در سال ۱۳۷۱ فقط در حدود ۳۶ میلیارد ریال بوده است.

انتظار می رود با بهبود شرایط بسته بندی و نگهداری و عملیات سورتینگ بتوان سالانه از ۳ میلیون تن تولید ۸۰۰۰۰۰ تن از این محصولات را به خارج صادر نمود یعنی درست به همان میزانی که در سال به علل مختلف ضایع می گردد.

- مهم ترین مشکلات بازرگانی مرکبات را می توان شرح زیر برشمرد:
- ۱- ضایعات بسیار زیاد که در سطح مملکت و به طور متوسط به حدود ۲۵ درصد می رسد.
 - ۲- ابعاد کوچک باغات.

- ۳- مشکلات مالی باغداران در رابطه با عدم انجام عملیات آماده‌سازی محصول.
- ۴- فقدان آموزش.
- ۵- استفاده از کیسه‌های P.E.
- ۶- عدم شیوع استفاده از کیسه‌های توری یا سایر بسته‌بندی‌های مناسب.
- ۷- فقدان سردخانه کافی در مناطق عمده تولید.
- ۸- ظرفیت بسیار پایین صنایع تبدیلی مرکبات.
- ۹- فقدان تشکیلات صنعتی حمایت‌کننده.
- ۱۰- و بالاخره عدم انجام فعالیت‌های بازاریابی.

انواع بسته‌بندی از نظر اندازه الف - بسته‌بندی‌های مخصوص حمل و نقل

بسته‌های مخصوص حمل و نقل به صورت انواع جعبه‌های چوبی، صندوق‌های فلزی، پالت، کارتن و دیگر وسایلی مانند فله برها، تانکرها و کانتینرها دیده می‌شوند. در بسته‌بندی‌های حمل و نقل عمدتاً به وظیفه حفاظت از کالا و مصون نگهداشتن آن از ضربه، فشار، ارتعاش حرارت، رطوبت و... توجه می‌شود و طراحی بسته‌ها باید به گونه‌ای صورت گیرد که کالای مطروف آن در فاصله تولید تا مصرف (نهایی) از صدمات احتمالی مصون بماند. بدیهی است وقتی تولیدکننده منحصر به فرد یا تولیدکنندگان انگشت شماری در دنیا وجود دارند که با برخورداری از یک وضعیت انحصاری یا شبه انحصاری کالای خود را حداقل تا فاصله‌ای در حدود ۱۲۰۰۰ مایل یعنی بیش از ۱۹۰۰۰ کیلومتر که در حقیقت نیم دور کره زمین است، ارسال می‌دارند، بسته‌های محتوی کالا باید بتوانند در چنین فاصله‌ای که متضمن چندین باره، بارگیری و تخلیه در بندر، فرودگاهها، ترمینالهای زمینی، انبارها و دیگر ایستگاههای عملیاتی باشد در مقابل عوامل محیطی و حوادث و اتفاقات مقاومت نمایند.

بسته‌بندی‌های مصرف‌کننده

بسته‌بندی مصرف‌کننده به بسته‌ای اطلاق می‌شود که حاوی مقادیر متعارفی از یک کالا بوده به نحوی که در مدت معقولی نیازهای مصرف‌کننده را تأمین و کالای مطروف با فساد و تغییر فرمول و تغییر کیفیت مواجه نگردد.

بسته‌بندی مصرف‌کننده به لحاظ اینکه در محل زندگی یا محل کار مشتری استقرار می‌یابد در حکم سفیر یا نماینده تولیدکننده است و با استفاده از این موقعیت می‌توان از آن بعنوان عامل یا حامل پیام‌های تبلیغاتی، وسیله ارسال اطلاعات، وسیله جمع‌آوری نظریات و پیشنهادات و بالاخره وسیله یادآوری نام، پیام و شعار بنگاه تولیدی یا مزرعه کشاورزی استفاده کرد.

بدیهی است وظیفه حفاظت کالا کماکان در بسته‌بندی‌های مصرف‌کننده نیز وجود دارد ولی نقش ارتباطی آن واجد اهمیت بیشتری است.

بطور خلاصه صفات و مشخصات بسته‌های مصرف‌کننده را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- حاوی مقدار معقولی از کالای مصرفی باشد.
- به راحتی بتوان آن را باز و بسته نمود.
- انتقال پیام با استفاده از اعداد، اشکال، تصاویر، شعار و علائم

- روی آن به راحتی میسر باشد.
- بتوان کالا را به کمک آن نمایش داد.
- بتوان سریعاً آن را از بین برد تا باعث آلودگی محیط‌زیست نشود.
- حمل و نقل آن به راحتی و بدون خطر صورت گیرد.
- بتوان از آن بعنوان یک رسانه موفق استفاده نمود، به طوری که انتقال پیام باعث تحریک تقاضا و تصمیم به خرید گردد.
- باعث تغییرات فیزیکی و شیمیایی کالا نشود.
- ضربه و فشار را به داخل بسته منتقل نکند.
- در بیننده ایجاد اعتماد کند.
- از نظافت لازم برخوردار باشد.
- اطلاعات مربوط به تولیدکننده و توزیع‌کننده را دارا باشد.
- روش نگهداری روی آن درج شده باشد.
- دارای علائم ایمنی و بازرگانی باشد.

آماده‌سازی کالا

با توجه به اینکه یکی از اهداف بسته‌بندی، حفاظت از کالا در مقابل عوامل فیزیکی و شیمیایی مانند ضربه، فشار، تغییرات، درجه حرارت، متصاعد شدن گازها، و بالاخره نفوذ باکتری‌ها می‌باشد، ضرورت دارد قبل از بسته‌بندی کالا، عملیات آماده‌سازی کالا روی آنها انجام شود، این عملیات که معمولاً در کارگاه‌های آماده‌سازی و بلافاصله پس از چیدن میوه‌ها صورت می‌گیرد شامل موارد زیر است:

- شستشو
- خشک کردن
- واکس زدن یا ایجاد یک پوشش چربی عاری از باکتری
- قارچ کشی
- تغییر رنگ به کمک فاکتورهای شیمیایی:
- درجه‌بندی و جداسازی میوه‌های ناسالم یا مستعد فساد
- عملیات شیمیایی برحسب نوع محصول
- برچسب زدن
- بسته‌بندی در سبد، نیم جعبه، شانه یا کارتن‌های کوچک
- بسته‌بندی یا استقرار روی پالت
- نگهداری در سردخانه
- استاندارد کردن

استانداردهای بسته‌بندی

استانداردهای بسته‌بندی در ایران توسط یک سازمان دولتی وابسته به وزارت صنایع به نام سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران (ISIRI) تدوین و به مورد اجرا گذارده می‌شود. تاکنون بیش از صد عنوان استاندارد جهت بسته‌بندی کالاهای مختلف صنعتی، غذایی مصرفی و فاسد شدنی توسط سازمان مزبور معرفی گردیده است.

در سطح بین‌المللی، سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) وابسته به مرکز تجارت بین‌المللی (ITC)، امور مربوط به تدوین استانداردها اعم از استانداردهای کمی یا کیفی را بعهده دارد.

در حال حاضر، سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مرکزی به نام مرکز بسته‌بندی کالای ایران را در قالب یک طرح بهبود کیفیت محصولات کشاورزی صادراتی ایجاد و تاسیس نموده و دارای چند آزمایشگاه مجهز از جمله آزمایشگاه قوطی‌های فلزی، آزمایشگاه بسته‌بندی پلاستیکی، آزمایشگاه بسته‌بندی‌های بزرگ حمل و نقل (بسته‌بندی‌های ترانزیتی) و آزمایشگاه بسته‌های کاغذی و مقوایی می‌باشد.

استاندارد شماره ISO ۳۶۱ در مورد لیموترش‌های ایتالیایی یا مازندرانی (LEMON)

لیموترش مستعد رشد دادن قارچ است، بخصوص هنگامی که پوست لیموترش آسیب دیده باشد. بنابراین در مراحل اولیه انبارداری باید دقت و مراقبت کافی در حمل و نقل لیموترش بکار برده شود. لیموترش‌های صدمه دیده را باید به منظور جلوگیری از سرایت و پراکندگی قارچ به سایر لیموها جدا نمود.

لیموترش بزرگ نسبت به درجات حرارت پایین حساس است و در دماهای کمتر از یازده درجه سانتیگراد دچار سرمازدگی می‌شود. حرارت ناشی از تنفس لیموترش کم و بطور نسبی ارتباطی به درجه حرارت محیط ندارد. در طول دوره حمل و نقل و انبارداری، رطوبت سسی باید بین ۸۵ تا ۹۰ درصد حفظ شود.

با چرب کردن پوست لیموترش می‌توان از خشک شدن و کاهش رطوبت آن جلوگیری نمود ولی توصیه می‌شود قبلاً اطمینان حاصل شود که مقررات کشور واردکننده این کار را مجاز دانسته باشد. لیموترش مقدار کمی گاز اتیلن متصاعد می‌کند ولی به این گاز حساسیت متوسطی دارد.

زمان نگهداری لیموترش بزرگ یا مازندرانی در فروشگاه با توجه به اینکه در کجا و در چه فصلی و از چه نوعی تولید و پرورش یافته باشد متغیر و بین یک تا شش ماه است. لیموترش معمولاً در حالتی که سبز رنگ است چیده شده و تحت شرایط کنترل شده نگهداری می‌شود. حمل و نقل لیموترش از طریق راه‌های زمینی یا دریایی و معمولاً روی پالت انجام می‌شود.

سازمان بین‌المللی استاندارد، ضوابط استاندارد این کالا را در راهنمای انبارداری مرکبات تحت شماره ISO ۳۶۲۱ منتشر و اعلام نموده است.

شرایط بسته‌بندی و کیفیت

بسته‌های لیموترش باید بطریقی ساخته شود که تا اندازه‌ای امکان به‌ویژه هوا موجود باشد.

در بسته‌های لیموترش از منقسم استفاده نمی‌شود اما پیچیدن محصول در کاغذهای لثاف بطوریکه قسمتی از لیمو داخل هر کاغذ پیچیده شود، عمومیت دارد. برای کاهش آلودگی‌های قارچی از کاغذ لثاف شیعیایی «بی‌فیل» استفاده می‌شود.

بسته‌بندی لیموترش بصورت فله یا روی شانه است ارجحیت نوع بسته‌بندی به عادات و سنن و چگونگی عرضه محصول در سطح خرده‌فروشی بستگی دارد. طبق ضوابط بین‌المللی استاندارد کیفیت، لیموترش‌های مرغوب و درجه فوق‌العاده باید روی شانه چیده شوند.

روش متداول در بسته‌بندی لیموترش‌های بزرگ، بسته‌های ۱۵ کیلوگرمی است. اگر چه عموماً این نوع بسته‌بندی ترجیح داده می‌شود ولی بسته‌بندی‌های ۵ کیلوگرمی و ۱۰ کیلوگرمی نیز درخواست می‌شوند.

استانداردهای بین‌المللی کیفیت، ملاک تعیین اندازه این نوع لیموترش را قطر دایره محیطی آن می‌داند. عملاً ذکر تعداد لیموترش موجود در یک بسته ۱۵ کیلوگرمی (در حجم $\frac{4}{5}$ بوشل Bushel) رایج است. تمام لیموترش‌ها باید براساس اندازه طبقه‌بندی شود و در مورد بسته‌بندی‌های فله‌ای، رعایت اندازه‌های حداقل الزامی است و محتویات



در سطح بین‌المللی نیز مقررات و استانداردهای بسته‌بندی‌های صادراتی توسط ISO تهیه شده و بعضاً در موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی وابسته به وزارت بازرگانی موجود می‌باشد در انتهای این بحث به عنوان نمونه استانداردهای بسته‌بندی توصیه شده توسط ISO در مورد صادرات دو نمونه لیموترش:

(۱) لیموترش شیرازی یا جهرمی و (۲) لیموترش مازندرانی یا ایتالیایی به مقصد اروپای غربی اشاره می‌شود. این استانداردها برای بسیاری از محصولات کشاورزی و کالاهای دیگر نیز وجود دارد.



بسته نباید از اندازه‌های معینی کوچکتر باشد.
 ۱۵ کیلوگرم لیموترش تقریباً به یک بسته‌بندی با حجم داخلی ۲۴ تا ۳۰ لیتر احتیاج دارد.
 ضوابط کیفیت لیموترش تحت شماره‌های زیر اعلام و توصیه شده است:

- سازمان ملل متحد و کمیسیون اقتصادی اروپا: ۱۴ FFV
- سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه: شماره ۷
- جامعه اقتصادی اروپا: مقررات شماره ۳۷۹/۷۱

برچسب‌ها

اطلاعات مربوط به جابجایی کالا:

علامت مخصوص جهت کالا (This Side Up)

- علامت مخصوص درجه حرارت با حدود تغییرات قابل قبول:

حداقل ۱۱ درجه و حداکثر ۱۳ درجه سانتیگراد

اطلاعات مربوط به محصول که باید روی سطح جانبی کوچکتر درج شود:

A- مبدا کالا:

کشور مبدا

ناحیه کشت و نام محلی، منطقه‌ای یا ملی
 آن (این قسمت اختیاری است)

A- نام محصول:

لیموترش (به دو زبان انگلیسی و فرانسه)
 Lemons - Citrons

هنگامی که محتوای داخل جعبه به وضوح قابل رویت نباشد ذکر نام محصول الزامی است.

A- نوع (واریته):

عناوین Verdelli, Primofiore با برچسب باید الصاق شود.

A- درجه کیفیت:

درجه کیفیت یا کلاس محصول براساس ضوابط بین‌المللی طبقه‌بندی کیفیت باید درج شود.

وزن خالص:

وزن خالص برحسب کیلوگرم

B- مقدار (شمارش):

مقدار یا شماره به معنی تعداد لیموها در بسته است. در صورتیکه لیمو روی شانه و در داخل جعبه‌های در بسته قرار داده شود. ذکر تعداد آن لازم است (ضوابط جامعه اقتصادی اروپا)

B- اندازه:

مقررات OECD و UN/ECE نیز مشابهاً ذکر تعداد لیموهایی را که روی شانه بسته‌بندی شده است، الزامی دانسته است.
 اعلام شماره باید طبق ضوابط بین‌المللی استانداردهای کیفیت باشد.

B- مواد نگهداری کننده:

در این مورد به نام شیمیایی یا نام تجاری مواد که برای نگهداری لیمو بکار رفته، اشاره شود.

زنگ (سبز) زدایی:

در این مورد باید عبارات زیر به انگلیسی یا فرانسه (و برحسب لزوم) قید گردد:

De-greening - Devertissage

- تاریخ بسته‌بندی:

تاریخ بسته‌بندی بصورت متداول و یا با استفاده از رمز قید می‌گردد.

Degreening Fruit - Fruit Devertis

سایر اطلاعات مندرج در برچسب‌ها که معمولاً در قسمت اطلاعات مربوط به کالا و در سطح جانبی کوچکتر بسته درج می‌شود. مانند:
 - وزن ظرفی خالی: وزن ظرف خالی برحسب کیلوگرم که معمولاً با چند درصد تفاوت اعلام می‌شود.

B- بسته‌بندی کننده یا

ارسال کننده:

نام و آدرس یا رمز ثبت شده
 نام و آدرس یا رمز تولیدکننده و یا پرورش‌دهنده

استاندارد شماره ISO ۳۶۳۱ در مورد لیموترش‌های شیرازی یا جهرمی (LIME)

در صورتی که لیموترش شیرازی یا جهرمی در شرایط محیطی کمتر از هفت درجه سانتیگراد نگهداری و انبار شود، پوست آن دچار له‌شدگی خواهد شد. در شرایط محیطی با حرارت ۱۰ درجه سانتیگراد، رنگ سبز اولیه بمدت ۶ تا ۸ هفته حفظ خواهد شد به هر حال، در صورت امکان از نگهداری لیموترش بیش از ۳ تا ۴ هفته باید اجتناب کرد.

حرارت ناشی از تنفس لیموترش کم است. در طول دوره حمل و نقل و انبارداری، رطوبت نسبی باید در حدود ۸۵ تا ۹۰ درصد حفظ شود.

با چرب کردن پوست لیمو می‌توان از خشک شدن و کاهش رطوبت آن جلوگیری نمود، ولی توصیه می‌شود قبلاً اطمینان حاصل شود مقررات کشور واردکننده این کار را مجاز دانسته است.

لیموترش مقدار کمی گاز اتیلن (متصاعد) می‌کند و نسبت به این گاز نیز حساسیت متوسطی دارد.